



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

établissements

Question écrite n° 48582

Texte de la question

Mme Paulette Guinchard-Kunstler appelle l'attention de M. le ministre de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche sur l'introduction de plus en plus fréquente de la publicité commerciale au sein des établissements scolaires. Le ministère de l'éducation nationale avait publié dans le Bulletin officiel du 5 avril 2001 un « code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire ». Ce texte, qui a introduit la notion de neutralité commerciale, n'a toutefois pas permis de restreindre véritablement l'accès des marques dans les écoles (kits pédagogiques, jeux concours ou sponsoring). Or, dans une période où les enfants deviennent des cibles commerciales pour les entreprises, le principe de neutralité scolaire doit être défendu car l'école est un lieu d'instruction, d'éducation à l'autonomie et à la citoyenneté, ce qui suppose que l'on protège les enfants des initiatives commerciales de toutes sortes. Dans ces conditions, elle lui demande s'il envisage de limiter plus strictement les intrusions commerciales au sein des établissements scolaires.

Texte de la réponse

La circulaire n° 2001-053 du 28 mars 2001 a établi un code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire. En effet, le principe de neutralité du service public doit être scrupuleusement respecté dans les établissements scolaires. Cependant, dans un but pédagogique d'ouverture de l'école sur le monde extérieur, ces établissements doivent avoir la possibilité de développer des contacts et des échanges avec leur environnement économique, culturel et social, et notamment avec des entreprises. Celles-ci peuvent en effet proposer des actions ayant un réel intérêt pédagogique. Les relations qui s'instaurent alors entre les entreprises et les établissements d'enseignement doivent s'inscrire dans un cadre précis afin d'éviter les dérives commerciales et publicitaires qui peuvent être sous-jacentes aux demandes d'intervention de certaines entreprises. C'est pourquoi il est apparu nécessaire de fixer les modalités de ces relations dans un texte, en particulier les conditions de mise en oeuvre d'un partenariat avec ces entreprises. La circulaire du 28 mars 2001 a le mérite de rappeler la portée du principe de neutralité du service public et la nécessité pour un établissement scolaire de l'appliquer dans ses relations avec les entreprises. Elle rappelle également l'interdiction de toute démarche publicitaire dans les établissements. Elle se réfère en outre expressément aux notes de service du 27 avril 1995 et du 9 août 1999 qui rappellent les principes fondamentaux de l'école et les conditions de tout partenariat entre un établissement et une entreprise. L'ensemble de ces textes apporte les garanties nécessaires afin de protéger les établissements scolaires publics des intrusions publicitaires et commerciales des entreprises et de préserver la neutralité du service public.

Données clés

Auteur : [Mme Paulette Guinchard](#)

Circonscription : Doubs (2^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 48582

Rubrique : Enseignement

Ministère interrogé : éducation nationale

Ministère attributaire : éducation nationale

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 12 octobre 2004, page 7876

Réponse publiée le : 30 novembre 2004, page 9467